新形势下地方媒体传播力的提升策略研究

摘　要：目前，我国已经进入新媒体时代。在新时代下，传媒领域面临新的形势和挑战。地方媒体作为传媒领域的重要组成部分，更应当紧随时代变化，及时调整自身传播策略，进一步提高自我传播力与影响力，从而更好地顺应时代发展需要，并保证自身的生存与发展。本文从新闻传播力的概念、影响因素以及地方媒体传播力的重要性与必要性入手，探讨在新形势下地方媒体应当如何自处与自我提升，才能有效提高自身传播力，并在新媒体时代谋得一席之地。
关键词：新媒体时代；新形势；地方媒体；传播力；提升策略
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）12-102-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.12.044

文 / 于明　郭丹丹　李双良

地方媒体是我国传媒产业的重要组成部分，是构成传媒事业体系的重要一环。近些年，随着现代科学信息的迅猛发展，涌现出了一大批新的技术，如大数据、云计算、移动互联网等。同时，手机、平板等电子设备也得到了普及应用。现代信息技术的发展以及新兴科技的涌现，给我国传媒领域带来了巨大的变革，使我国快速进入到新媒体时代。在新媒体时代下，各类信息传播的渠道更加多元，传播方式更加多样，传播内容包罗万象，对不同信息文化形态的包容度与交流度也不断强化。这些变化在给地方媒体带来发展机遇的同时，也带来了巨大的挑战。为应对新形势传媒的新变化、新挑战和新要求，地方媒体应当抓紧制定相关应对方案，及时采取应对策略，不断提高自我传播力与影响力，从而确保自身在新媒体时代下能够获得一定的生存与发展的空间。

1. 传播力的概念及其影响因素

传播力，又称媒介传播力，是新闻媒体整体实力和信息搜集、新闻报道及其对社会所产生的影响力。传播力通常由传播力度、传播效果、传播速度和传播到达率等构成，具体表现为传播的覆盖力、整合力、品牌力、执行力等方面。在分析媒体传播力的影响因素上可以得出，其主要分为主体因素与客体因素两方面。其中，主体因素主要包含传播媒体公信力、内容吸引力、覆盖力以及对受众信息反馈的包容力等几个要素；客体因素则包含受众的媒介素养、差异化需求、多元传播载体以及传播过程中出现的一些“噪音”等。

2. 地方媒体提升自我传播力的重要性与必要性分析

2.1 重要性分析

传播力是不同媒体之间竞争的关键性要素，同时也是确保地方媒体在本区域立足和向更大区域扩展的重要能力。随着新技术、新媒体的不断涌现与发展，人们对信心文化的需求在不断地高涨和变化，这对地方媒体的传播力提出了更高的挑战和要求。为应对这一新变化、新要求，地方媒体能否快速应对，及时采取相应措施，提供充足、适当的信息内容，成为地方媒体发展的第一要务。同时，地方媒体在新形势下要想获得快速发展，其对自身发展质量与对社会的影响力的内在需求也在不断增加，因此，从地方媒体自身内在因素上看，迫切需要进一步提高自我传播力，从而实现传播覆盖面的扩大以及传播品牌的打造。此外，在新形势下，地方媒体的层级、种类、数量也在不断增多，整个传媒领域的竞争力随之增大，在如此竞争激烈的市场中，地方媒体要想谋求更广的覆盖力，更多的受众人群，则必须不断加强自我建设，不断提升自我传播力。

2.2 必要性分析

地方媒体抓紧提升自我传播力既重要又必要。重要性方面如上所述，而必要性方面，则更多的体现在形势所需。与具有广泛传播优势的中央媒体和强势的地方媒体相比，大多数地方媒体起步较晚，起点较低，覆盖面小，同时，在人力、物力、财力等资源方面也较为有限。面对强大的行业竞争压力，地方媒体的生存与发展空间十分有限。加之平板、手机等移动终端设备的普及应用，越来越多的新媒体不断涌现，方兴未艾，如手机报、手机电视、数字报纸、微博、微信等，与传统传媒形成了并驾齐驱之势，这些无不对地方媒体的生存发展产生巨大冲击与影响。为应对或者抵消这些冲击和影响，地方媒体加紧制定策略以提升自我传播力势在必行，且至关重要。

3. 新形势下地方媒体发展的新特点

在新媒体时代、新发展形势下，地方媒体的发展呈现出以下两个新的特点。

3.1 不断从传统媒体传播向新媒体传播方向转变

开放、多元、包容是新媒体时代传媒的一个重要特征，

在新时代、新形势下，信息传播呈现出信息化、数字化、网络化的发展趋势。在此背景下，人们可选择的文娱节目与文娱产品更加丰富，受众与传媒之间的界限也在不断弥合，信息传播呈现出海量化和快速聚合分散的特点，信息传播的方向也不再是传统的单向传播，而转变成为双向甚至是多向传播。简单地说，就是人人都可以是信息的接收者，同时也可以是信息的生产者与传播者。面对这些变化，多数地方媒体正加紧转变传统传播模式，积极利用各类新媒体、新技术等，使自己不断向新型传播模式转变。

3.2 不断强化对新媒体手段的应用

从传媒领域整体发展情况看，新媒体无疑具有得天独厚的传播优势和条件，且当前正以蒸蒸日上之态不断发展，并迅速攀升为传媒领域的“生力军”。在新媒体强劲的发展势头影响下，各大地方媒体也加大了对新媒体手段的应用，利用新媒体技术、手段的传播优势弥补传统媒体的不足，从而从整体上强化地方媒体的综合传播力。

4. 新形势下地方媒体传播力提升策略探究

基于上述分析，作者对新形势下地方媒体传播力的提升提出以下几点建议。

4.1 准确定位，密切联系地方实际

在“互联网”“大数据”下的传媒发展，信息传播渠道更加多元，信息内容更加海量，传播速度更加快速。但同时也出现一些新的问题，如传播内容趋同，内容质量良莠不齐，信息真实度、权威度不够等。这是新媒体与传统媒体对比所存在的劣势与短板。为此，地方媒体应当抓住这一特征，加紧制作出高质量的信息。具体而言，地方媒体要大胆解放思想，从新形势下文化信息传播的新特点、新规律出发，科学定位，紧跟传媒发展的正确方向，从地区实际与自身实际出发，科学规划，积极策划具有地方特色，能够体现地方文化资源特点，符合地方实际的节目，将自身打造得别具一格，从而实现自我传播力的有效提升。例如，浙江卫视、东方卫视、湖南卫视等结合地方特色与自身实力，制作出的综艺节目，极大程度地提高了自身的传播力，同时打造出了具有独特特色的传播风格。

4.2 把握市场，科学分析受众需求

获取受众是地方媒体实现自我价值的核心目标。对此，地方媒体在想方设法提升自我传播力的过程中，应当重视把握市场，坚持以受众需求为导向，积极采取以下两方面措施，以实现自我提升。一是及时转变观念，采取切实可行的研究方法，加强对传播现象的调查与研究，精准把握地方媒体受众的信息文化需求，从而制定出更加科学合理、更符合受众需求的电视节目；二是依据受众的实际需求，积极借鉴国内外先进的传播经验和做法，加速整合信息资源与传播手段，实现从过去的单一传播、灌输式传播向多元传播、平等交流式传播转变，切实提高地方媒体的传播力与影响力。

4.2.1 顺应时代，积极利用新方式、新手段

当前时代，是信息海量生产、快速传播的时代，是数字化、网络化、信息化的时代。在新的时代，新媒体、新技术、新方法、新手段层出不穷，涌现出了如手机电视报、微博、微信、新闻网站等新生媒体，并受到了市场的欢迎与受众的喜爱。从地方媒体角度出发，其应当紧跟时代发展潮流，充分利用新媒体、新技术、新手段等，实现信息的快速传播、广泛传播，同时，积极创建信息传播新平台，如建立地方媒体的微信公众号、网络报纸、手机电视等平台，让受众能够有更多的渠道获取信息，从而实现地方媒体传播与新媒体传播的准确对接，加快地方媒体信息传播的范围与实效。此外，在新媒体时代，地方媒体还要注重传播内容的价值性、趣味性、服务性、知识性等，努力推动地方媒体传播内容朝更高、更深、更广层次迈进。

结语

互联网、移动通信等新兴技术的出现，给传媒领域带来新兴变革，加速了媒体融合趋势。在新的媒体时代、新的发展形势下，地方媒体要想在日益激烈的市场竞争中谋得生存与发展，则必须要以战略的眼光，抓紧制定计划、方案，想方设法提升自我传播力。通过积极转变观念看法，紧跟时代发展潮流，精准把握市场动向，科学定位，有效融合，化挑战为机遇，从地方实际与自身实际出发，制作出具有独特特色的文娱节目和产品，从而实现自我传播力的真正提升，使自己在竞争中立于不败之地。媒

参考文献

[1] 梁文秀 . 新形势下地方媒体如何提升传播力 [J]. 中国传媒科技，2013（14）.
[2] 张超，钟新 .Web2.0 时代美国国际广播的传播力提升策略 [J]. 对外传播，2015（2）.
[3] 贾迎丽 . 电视利用新媒体提升传播力的策略分析——以凤凰卫视为例 [J]. 新闻研究导刊，2015（16）.

（作者单位：山东省海阳市广播电视台）